

### Развитие предприятий хлебопекарной промышленности в регионах России

Golikov, Vyacheslav

Veröffentlichungsversion / Published Version  
Forschungsbericht / research report

#### Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Golikov, V. (2004). *Развитие предприятий хлебопекарной промышленности в регионах России*. Volgograd.  
<https://nbn-resolving.org/urn:nbn:de:0168-ssoar-436524>

#### Nutzungsbedingungen:

Dieser Text wird unter einer CC BY-NC-ND Lizenz (Namensnennung-Nicht-kommerziell-Keine Bearbeitung) zur Verfügung gestellt. Nähere Auskünfte zu den CC-Lizenzen finden Sie hier:  
<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/deed.de>

#### Terms of use:

This document is made available under a CC BY-NC-ND Licence (Attribution-Non Commercial-NoDerivatives). For more information see:  
<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0>

*На правах рукописи*

Голиков Вячеслав Владимирович

**Развитие предприятий хлебопекарной  
промышленности в регионах России**

08.00.05 - Экономика  
и управление народным хозяйством

**АВТОРЕФЕРАТ**

диссертации на соискание ученой степени  
кандидата экономических наук

Волгоград 2004

Работа выполнена в Волгоградском государственном техническом университете

Научный руководитель – доктор экономических наук, профессор  
Шаховская Лариса Семеновна

Официальные оппоненты – доктор экономических наук, профессор  
Ломовцева Ольга Алексеевна  
кандидат экономических наук  
Зозуля Евгений Юрьевич

Ведущая организация – Волгоградская государственная  
сельскохозяйственная академия

Защита состоится 8 октября 2004 года в 13.00 часов на заседании диссертационного совета Д 212.029.01 по экономическим наукам при Волгоградском государственном университете по адресу: 400062, Волгоград. Университетский пр., 100, ВолгГУ, ауд. 2-05 «В»

С диссертацией можно ознакомиться в библиотеке Волгоградского государственного университета

Автореферат разослан 8 сентября 2004 г.

Ученый секретарь  
диссертационного совета  
доктор экономических наук, профессор

Лебедева Н.Н.

## ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

**Актуальность темы исследования** обусловлена теми изменениями, которые происходят на рынке хлебобулочных изделий страны и на предприятиях хлебопекарной промышленности в годы послереформенных рыночных преобразований. К концу 1990 года в Советском Союзе наблюдалась устойчивая тенденция роста производства предприятий хлебопекарной промышленности. Начиная с 1991 года и по настоящее время, в результате сокращения производства в сельском хозяйстве и промышленности, отсутствия эффективной региональной политики в области хлебопечения, практически все предприятия хлебопекарной промышленности России находятся в состоянии ближнего банкротства. С начала 90-х гг. произошло резкое снижение производства хлеба, в первую очередь, из-за резкого сокращения объемов посевных площадей и, соответственно, объемов выращиваемого зерна; ухудшилось качество хлебобулочных изделий и снизилось его потребление.

К основным факторам, повлиявшим на снижение потребления, а соответственно, и производства хлеба в эти годы следует отнести: инфляционные процессы в стране; снижение платежеспособности покупателей и общее устойчивое снижение среднедушевого потребления продуктов питания; увеличение потребления других более дешевых видов продуктов; снижение уровня жизни пожилых людей – пенсионеров, традиционно покупавших хлеб как дешевый основной продукт питания; обилие предложения на рынке и переход части населения к потреблению других жизненно необходимых продуктов – мяса, рыбы, овощей и фруктов; рост домашнего хлебообеспечения в сельской местности из-за дороговизны промышленного хлеба.

Доля производства хлеба сократилась и по сравнению с производством других продуктов питания, пользующихся постоянным спросом у потребителей. Это снижение также было связано со строительством в аграрном секторе страны пекарен малой мощности, разделением имущества многих крупнейших хлебопекарных предприятий между несколькими

собственниками, а также выводом части произведенной продукции из легального оборота, что, в свою очередь, привело к дезинтеграции капитала предприятий хлебопекарной промышленности. Последнее обстоятельство повлекло за собой невозможность крупным предприятиям отрасли накопить средства для замены оборудования, а работа некоторых из них вообще стала невыгодной. Износ основных фондов хлебопекарных предприятий постоянно увеличивается и составляет в настоящее время более 60%, а в некоторых случаях достигает 80%. Таким образом, современное состояние производства в хлебопекарной отрасли настоятельно требует технического обновления, которое затруднено кризисом в машиностроительной отрасли, производящей оборудование для хлебопекарных производств.

Распад в начале 1990 годов производственных территориальных объединений, включающих в свою структуру технологически и экономически связанные предприятия, привел к образованию в хлебопечении заведомо слабых хлебозаводов и вследствие этого к созданию квазиконкурентной среды. Отсутствие в регионах сбалансированного механизма взаимодействия между хлебозаводами и пекарнями является источником конфликтов и непроизводительных финансовых потерь с обеих сторон.

За рассматриваемый период в четыре раза возросло количество малых хлебопекарных предприятий, но при этом объемы их производства по сравнению с 1990 годом снизились почти в 10 раз.

Хлебопекарная промышленность по-прежнему остается одной из наименее привлекательных с инвестиционной точки зрения. Это связано с тем, что россияне предпочитают традиционные сорта хлеба; существует государственное регулирование цен на хлеб; присутствует традиционная локальность производства и ориентация производителей только на местные рынки.

Опыт зарубежных стран показывает, что немаловажную роль в формировании и обеспечении эффективного функционирования рынка

хлебобулочных изделий играет государственное регулирование этого рынка. В России регулируется не рынок, а контролируется финансовая деятельность предприятий. Это привело к тому, что все налоги, выплачиваемые в настоящее время большинством хлебопекарных предприятий, поглощают до 90% полученной прибыли, а общая сумма уплаченных налогов зачастую превышает размер прибыли предприятий.

Обвальное падение спроса и объемов производства, нехватка инвестиций и оборотных средств, неопределенность перспектив неотвратимо диктуют необходимость поиска новых форм кооперации и взаимовыгодного сотрудничества между предприятиями хлебопродуктового подкомплекса.

Изложенное выше обусловило выбор темы диссертационной работы.

**Степень разработанности проблемы.** Авторская концепция развития предприятий хлебопекарной промышленности и рынка хлебобулочных изделий основывается на фундаментальных исследованиях отечественной науки в области агропромышленного комплекса, хлебопродуктового подкомплекса и хлебопекарной промышленности, которые проводились и проводятся такими российскими учеными как Ю. А. Александров, В. В. Денискин, А. Н. Жигалов, В. Г. Кайшев, А. П. Косован, А. Курбатова, Е. И. Маргулис, Е. В. Минаева, Н. С. Мироненко, В. Писанов, В. Е. Прокофьев, В. А. Рычков, Т. Ф. Рябова, А. А. Согомонян, Л. Л. Старостина, Е. В. Стрелков, Н. Н. Терещенко, Н. С. Тульская, О. К. Филатов, А. Царапин, А. С. Чижик, Н. Т. Чубенко, З. Б. Шифман, В. Н. Щербак и многие другие.

Методологические подходы автора основаны на обобщении результатов научных исследований фундаментальных трудов таких зарубежных ученых, как С.Л. Брю, Р. Дорнбуш, Г. Кунц, Д. Клиланд, К. Р. Макконнелл, С. О'Доннел, М. Портер, Д. Рикардо, С. Фишер, Д. Н. Хейман, Р. Шмалензи и других.

Исследования современных российских авторов посвящены в основном анализу и обобщению проблем, возникающих на общем уровне агропромышленного комплекса, и зачастую не охватывают отдельные

явления в процессе развития именно хлебопекарной промышленности как производящей стратегическую продукцию и не в полной мере отражают сложность поднятых в диссертации проблем и возможные пути их научно-обоснованного решения. Это предопределяет потребность в дополнительных исследованиях и разработках, направленных на совершенствование принципов эффективного функционирования предприятий отрасли, разработку необходимой стратегии развития и тактики эффективного для России функционирования рынка хлебобулочных изделий.

**Цель и задачи исследования.** Целью диссертационного исследования является определение стратегических направлений повышения эффективности предприятий хлебопекарной промышленности России.

Реализация поставленной цели предполагает решение следующих задач:

- исследовать состояние рынка хлебобулочных изделий в регионах России;
- исследовать зарубежный и отечественный опыт развития хлебопекарной промышленности;
- рассмотреть трансформационные процессы, происходящие на современном этапе в агропромышленном комплексе, в целом, и в хлебопекарной промышленности, в частности;
- исследовать эффективность механизма государственного регулирования и контроля за функционированием предприятий хлебопекарной промышленности и рынка хлебобулочных изделий в целом;
- разработать адаптивные формы развития хлебопекарных предприятий в современных рыночных условиях и предложить рекомендации по повышению эффективности их деятельности в регионах России.

**Объектом исследования** являются процессы формирования рынка хлебобулочных изделий и развития предприятий хлебопекарной промышленности в регионах России.

**Предметом исследования** являются экономические отношения, возникающие в процессе развития рынка хлебобулочных изделий и предприятий хлебопекарной промышленности.

**Методологической и теоретической основой исследования** стали фундаментальные концепции и гипотезы, обоснованные и представленные в классической, а также современной экономической литературе. На диалектико-материалистической основе в рамках системного подхода в диссертационной работе использовались методы субъектно-объектного, историко-логического, функционально-структурного анализа, а также имитационного моделирования.

**Нормативно-правовую основу** исследования составили законы Российской Федерации, законодательные и нормативные акты Президента и Правительства Российской Федерации.

**Эмпирической базой** исследования стали материалы Госкомстата РФ и Волгоградской области, экспертные разработки и оценки российских и зарубежных ученых-экономистов, аналитические данные, опубликованные в научной литературе и периодической печати, а также собственные расчеты автора.

### **Основные положения диссертации, выносимые на защиту**

1. В современных условиях, применительно к развитию хлебопекарной промышленности и ее взаимодействию с другими отраслями пищевой промышленности, меняется конкурентная среда и формы конкуренции, которые переходят от традиционных – межотраслевая конкуренция, основанная на изменении потребительских предпочтений и переключении потребителей на те товары, которые лучше удовлетворяют их нужды, к «конвейерной», которая представляет собой процесс постепенного вытеснения с рынка крупными предприятиями мелких конкурентов за счет снижения цены на аналогичный товар при постоянном улучшении качества продукции и увеличении объемов производства.



2. На данном этапе развития рынка хлебобулочных изделий только крупные предприятия отрасли способны обеспечить в полном объеме все потребности населения в дешевом, но качественном хлебе, так как они в большей степени способны адаптироваться к меняющейся конъюнктуре рынка и сложившимся в хлебопекарной промышленности условиям.

3. Образование межотраслевых внутрирегиональных (или межрегиональных) хлебопекарных холдингов обеспечивает стратегическую возможность выхода как крупных и средних, так и мелких предприятий из кризисного состояния и повышения их эффективности. Недостаточность инвестиционных ресурсов, в этом случае, компенсируется объединением капиталов предприятий. Такое объединение позволит расширить следующие направления деятельности компаний: осуществлять торговые трансакции по более конкурентоспособным ценам; контролировать качество продукции на этапах ее изготовления; сократить издержки, так как продукция проходит все составляющие, необходимые для получения и продажи конечного продукта внутри единой системы; дочерним компаниям внутри цепочки будет проще выстраивать оптимальный ассортимент (так как информация друг о друге открытая) и делать ориентированный продукт за счет внешних маркетинговых исследований; осуществлять мониторинг деятельности подразделений холдинга.

4. Образование межотраслевых внутрирегиональных (или межрегиональных) хлебопекарных холдингов в результате мультипликативного эффекта будет способствовать увеличению занятости среди сельских жителей, повышению заинтересованности производителей зерна, наличию постоянных связей между ними и перерабатывающими предприятиями, а также предприятиями хлебопекарной промышленности, снижению себестоимости производства единицы готовой продукции и конечной цены изделия из-за отсутствия посредников.

5. Государственная поддержка хлебопекарных предприятий может осуществляться с помощью прямого регулирования в виде льгот и дотаций

под социальный заказ, что, в свою очередь, будет способствовать высвобождению финансовых средств на реконструкцию и обновление их основных фондов.

**Научная новизна результатов исследования:**

- предложена классификация основных групп факторов, влияющих на состояние предприятий в конкурентной среде на рынке хлебобулочных изделий по критериям предпочтений потребителей (этические, материальные, органолептические, временные и географические факторы) и производителей (факторы внешней и внутренней среды);
- уточнены, применительно к хлебопекарной промышленности, виды конкуренции, из которых выделена «конвейерная» конкуренция, как процесс постепенного вытеснения с рынка крупными предприятиями мелких конкурентов за счет снижения цены на аналогичный товар при постоянном улучшении качества продукции и увеличении объемов производства;
- выявлена специфика дальнейшего развития хлебопекарных предприятий в России на региональном уровне: объединение форм малого, среднего и крупного бизнеса различных отраслей АПК в единые корпоративные группы;
- разработана модель управления стратегическим развитием предприятия на рынке хлебобулочных изделий, включающая четыре взаимосвязанных блока: формирование, развитие, мониторинг, коррекция, что позволяет снизить издержки хлебопекарных предприятий и, соответственно, удешевить стоимость хлебобулочных изделий;
- обоснованы стратегические направления развития предприятий хлебопекарной промышленности в условиях трансформации экономики с помощью образования межотраслевых внутрирегиональных (или межрегиональных) хлебопекарных холдингов, которые могут способствовать обеспечению потребностей населения регионов России в качественных и доступных по цене хлебобулочных изделиях с одной стороны, и, за счет

мультипликативного эффекта, привлекать производителей сырья, давая им возможность стабильно функционировать – с другой.

**Теоретическая и практическая значимость работы.** Теоретические положения, выводы и рекомендации, содержащиеся в диссертационном исследовании, могут быть использованы при разработке стратегии развития предприятий хлебопекарной промышленности в различных регионах России, а также в процессе преподавания учебных дисциплин: «Региональная экономика»; «Экономика АПК»; «Исследование отраслевых рынков» и др.

**Апробация работы.** Результаты диссертационного исследования докладывались на научных конференциях в Волгоградском государственном техническом университете и Московской государственной технологической академии в 2001 – 2004 годах.

Основные теоретические положения и результаты диссертационного исследования отражены в 7 публикациях общим объемом 3,09 п.л.

**Структура диссертации.** Диссертация состоит из введения, двух глав, объединяющих шесть параграфов, заключения, списка использованных источников.

## **ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ**

**Во введении** обосновывается актуальность выбранной темы, раскрывается степень ее изученности, формируются цель и задачи, теоретическая и практическая значимость исследования, излагаются положения, выносимые на защиту и элементы их научной новизны.

**В первой главе «Предприятия хлебопекарной промышленности в структуре агропромышленного комплекса России»** рассматривается развитие предприятий хлебопекарной промышленности и рынка хлебобулочных изделий в различных странах, механизм функционирования предприятий хлебопекарной промышленности в структуре агропромышленного комплекса России, организационная структура

управления предприятиями хлебопекарной промышленности и критерии оценки их конкурентоспособности.

Анализ развития хлебопекарной промышленности в Германии, Мексике, Англии, Израиле, Франции, Канаде и США в условиях рыночной экономики позволяет сделать следующие выводы.

1. Постоянно внедряются инновации, как в процесс производства, так и управления предприятиями, способные обеспечить национальную и продовольственную безопасность страны и повышающие конкурентоспособность продукции.

2. Особое внимание уделяется улучшению качества производимой продукции.

3. Государство осуществляет инвестиционную политику, направленную на развитие хлебопекарной промышленности как одной из главных в продуктовом комплексе.

Проведенное исследование выявило тенденцию частичной переориентации предприятий, производящих средства производства для продовольственного комплекса России на производство средств производства для непродовольственного комплекса, что вызывается трудностями реализации спецоборудования из-за неплатежеспособности предприятий хлебопродуктового подкомплекса. На наш взгляд целесообразно эту группу машиностроительных предприятий включить в общую структуру АПК (рис. 1).

Хлебопекарное предприятие на рынке ресурсов выступает как покупатель, а на рынке продуктов – как поставщик, владелец ресурсов. Проанализированная в работе классическая модель функционирования хозяйственного механизма хлебопекарного предприятия, рассматривает только одну сторону работы этих предприятий, то есть обеспечение предприятия ресурсами, управление предприятием и внутренние факторы оценки его экономической деятельности и не рассматривает взаимодействие предприятия с потребителями.

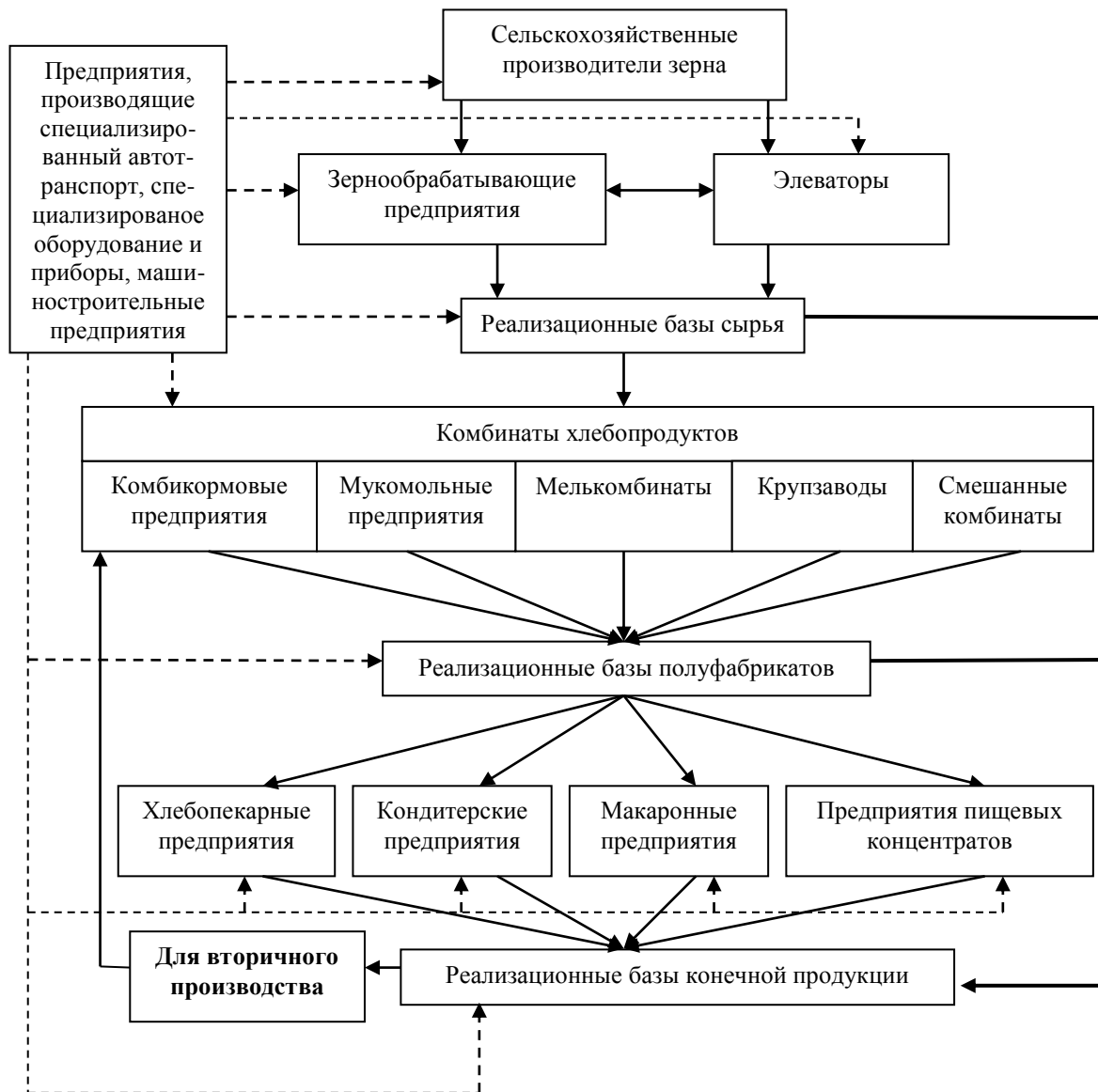


Рис.1. Структура предприятий хлебопродуктового подкомплекса АПК России

В представленной автором модели управления стратегическим развитием предприятия, на всех этапах функционирования на рынке хлебобулочных изделий в России, блоки выделены по основным этапам, так как это способствует детальному рассмотрению, решаемых в рамках данного блока, групп экономических проблем и дополнительной проработке решаемых вопросов, отдельно в каждом блоке, на всех этапах (рис. 2). Как видно из рис. 2, после коррекции, в результате изменения рыночных условий (например, смены потребительских предпочтений (блок формирования), увеличения или уменьшения инвестиций (блок развития), переоценки рынков

сбыта (блок мониторинга)), предприятие может вернуться к решению задач в любом из трех перечисленных блоков.

Исходя из предлагаемой на рис. 2 модели управления, к наиболее адаптированной структуре управления предприятием, можно отнести линейно-функциональную структуру с вертикальной интеграцией, полностью отражающую цели и задачи функционирования предприятия на рынке, а также функциональное разделение труда и объема полномочий работников управления. Конкретные характеристики и особенности деятельности того или иного подразделения (блока) соответствуют наиболее важным направлениям деятельности всего предприятия, что представлено на рис. 3. При этом информационное обеспечение предприятия осуществляется отделом информационного обеспечения, исходя из конкретных потребностей каждого подразделения.

Применительно к хлебопекарной промышленности необходимо говорить о конкурентоспособности хлеба и хлебобулочных изделий с неидентичными товарами других отраслей (мясной, кондитерской, колбасной), то есть о повышении их значимости в глазах потребителя за счет увеличения ассортимента, улучшения качества, проведения рекламных кампаний, что под силу только крупным предприятиям промышленности.

Многие предприятия хлебопекарной промышленности долгое время находятся в кризисном состоянии, выход из которого невозможен без новых нетрадиционных способов увеличения объемов производства, повышения инвестиционной активности и снижения факторов риска. В этой ситуации никак не обойтись без преобразований, основными из которых являются:

- реформирование механизма управления и механизма хозяйствования в подотрасли в целом, на основе взаимодействия между всеми участниками рынка;
- необходимость модернизации основных производственных фондов предприятий;

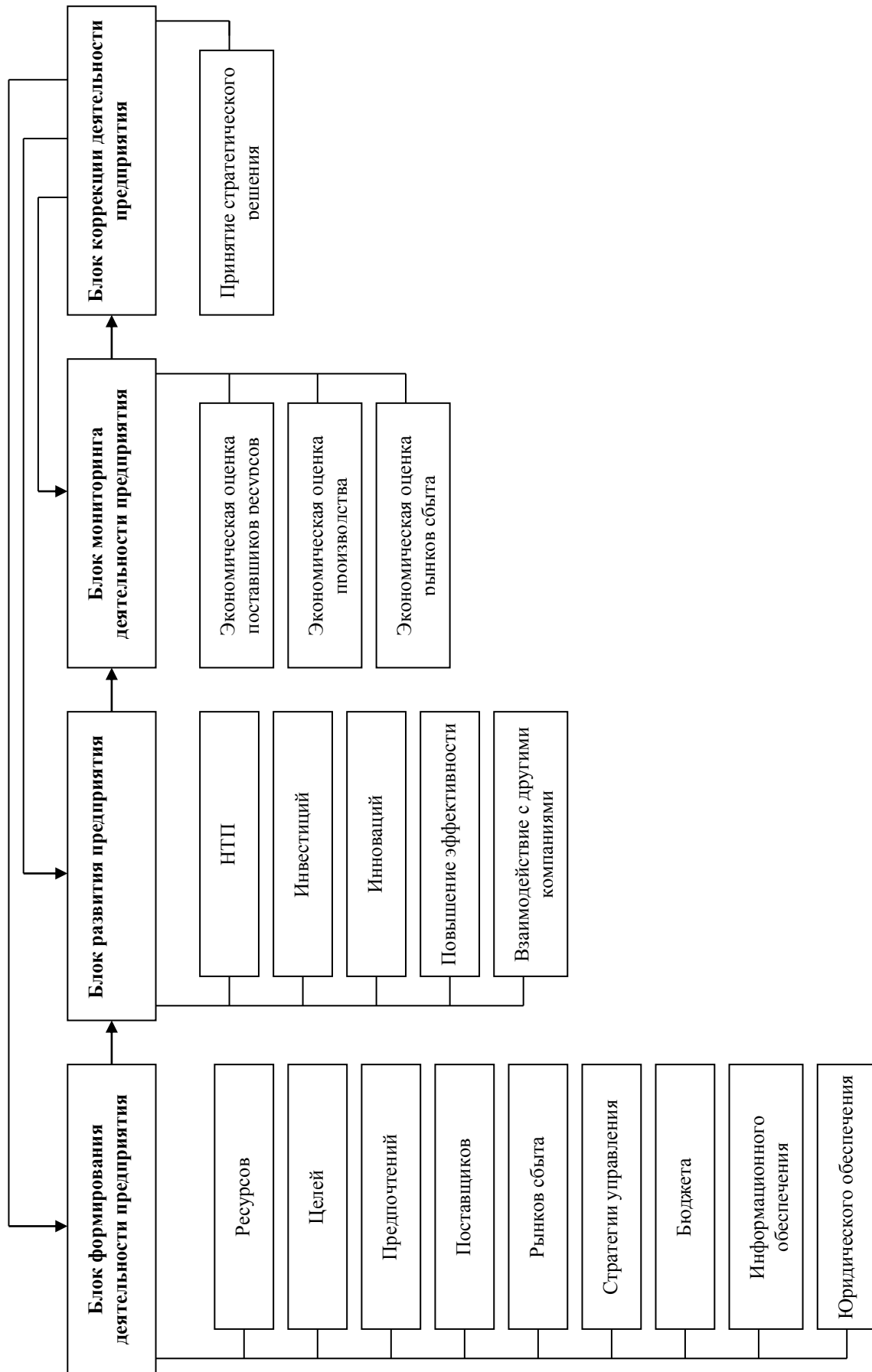


Рис. 2. Модель управления стратегическим развитием предприятия на рынке хлебобулочных изделий в России



Рис.3. Схема структуры аппарата управления хлебопекарным предприятием

- привлечение государственных инвестиций для процессов реструктуризации предприятий.



В сентябре 2003 г. в г. Волгограде автором было проведено исследование среди трех категорий жителей: работающие, студенты и пенсионеры, результаты которого представлены в табл. 1.

*Таблица 1*

*Рейтинг критериев по значению средневзвешенной оценки и основным возрастным характеристикам на Волгоградском рынке хлеба и хлебобулочных изделий*

Критерий	Студенты		Работающие		Пенсионеры	
	Средне- взве- шенная оценка	Место	Средне- взве- шенная оценка	Место	Средне- взве- шенная оценка	Место
Вкус хлеба	9,44	<b>2</b>	9,0	<b>2</b>	9,0	<b>2-3-4</b>
Свежесть	9,56	<b>1</b>	9,14	<b>1</b>	9,33	<b>1</b>
Качество	8,96	<b>3</b>	8,57	<b>3</b>	8,67	<b>5-6</b>
Ингредиенты	4,76	<b>7</b>	4,86	<b>10</b>	4,0	<b>10</b>
Срок хранения	5,44	<b>5</b>	4,29	<b>11</b>	5,33	<b>9</b>
Цена	5,4	<b>6</b>	5,86	<b>8</b>	9,0	<b>2-3-4</b>
Наличие упаковки	4,2	<b>8</b>	5,57	<b>9</b>	9,0	<b>2-3-4</b>
Товарный вид	7,92	<b>4</b>	7,14	<b>5</b>	8,0	<b>7</b>
Место производства (Волгоград / обл.)	3,76	<b>9</b>	7,7	<b>4</b>	3,33	<b>11</b>
Форма хлеба	2,92	<b>11</b>	6,43	<b>7</b>	6,67	<b>8</b>
Знание фирмы-производителя	3,72	<b>10</b>	6,7	<b>6</b>	8,67	<b>5-6</b>

Источник: сост. авт. по: Хлеб и хлебобулочные изделия // Конъюнктура товарных рынков, 2001. – №1. – С. 55–60.

Они помогли выявить и ранжировать предпочтения потребителей при покупке хлеба, на которые следует обратить внимание производителям. Полученные данные позволили автору выделить основные группы факторов, влияющих на состояние предприятий в конкурентной среде на рынке хлебобулочных изделий по критериям предпочтений не только производителей продукции, но и ее потребителей (рис. 4).

Данная схема показывает, что, заботясь о получаемых прибылях, производители должны помнить, что потребители ориентируются, в первую очередь, на свои расходы, поэтому и конкурентоспособность продукции должна оцениваться производителем с двух позиций: с позиции значимости для себя и для потребителя.

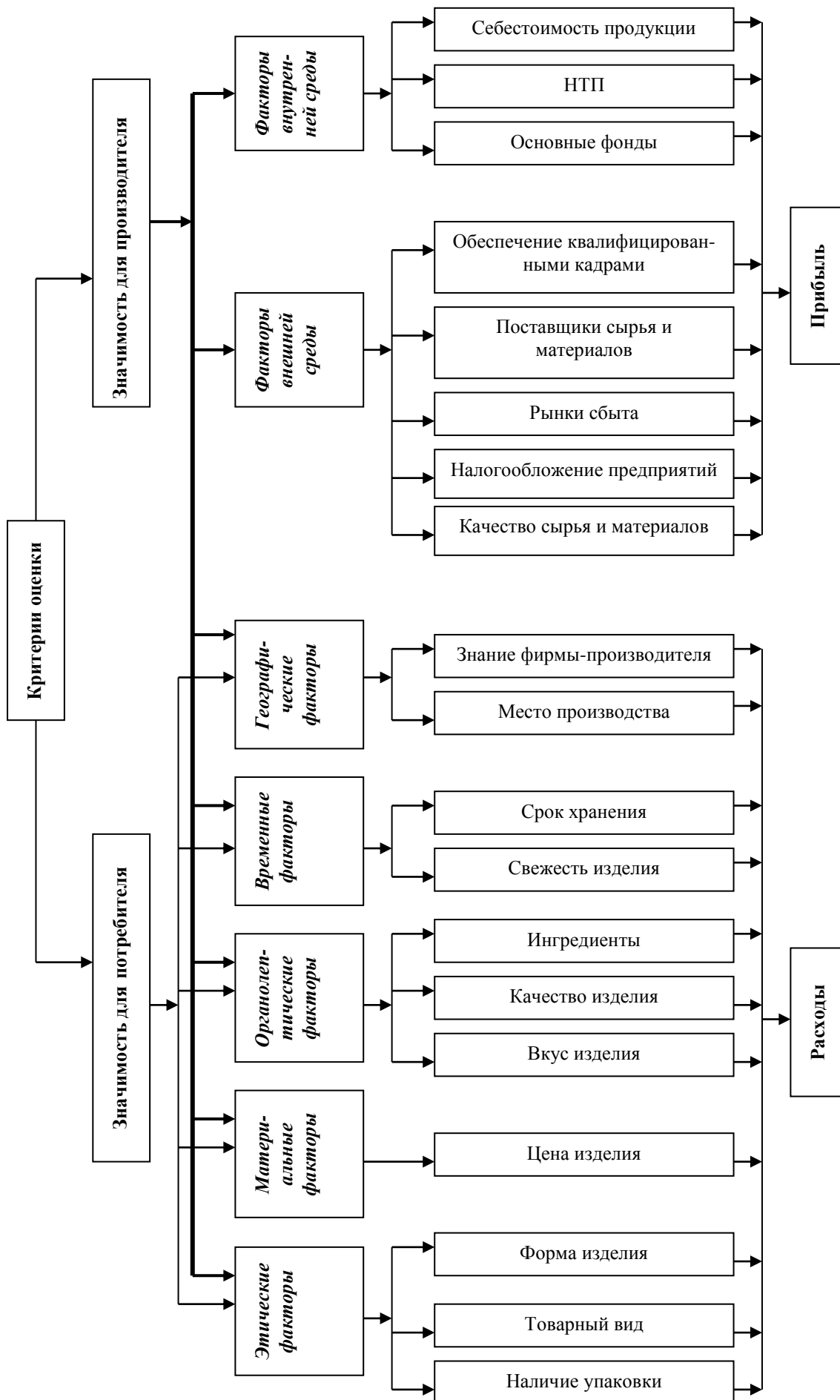


Рис. 4. Основные группы факторов, влияющие на состояние предприятий в конкурентной среде на рынке хлебобулочных изделий по критериям предпочтений потребителей

**Во второй главе «Современное состояние предприятий хлебопекарной промышленности в регионах России и возможности повышения эффективности их работы»** рассматривается развитие предприятий хлебопекарной промышленности в России в различные периоды, а также развитие хлебопекарных предприятий на региональных рынках в современных условиях.

Хлебопекарная промышленность России представляет собой около 18 тысяч предприятий общей мощностью 54,4 тыс. т/сутки, в том числе свыше 10 тысяч пекарен малой и средней мощности. Спрос на хлеб и хлебобулочные изделия существует постоянно. Продукция хлебопекарных предприятий занимает важное место в товарообороте страны. Если ее доля в 1990 году составляла всего 2,2%, то в 2001 году она приблизилась к 4,5%. Объем производства хлеба и хлебобулочных изделий уменьшился в 2002 году, по сравнению с 1990 годом, с 18,2 до 8,3 млн. тонн, или, практически, в два раза. Индекс промышленного производства снизился до 45,6%, а индекс использования производственных мощностей – до 38% (табл. 2).

Сравнительный анализ работы российских предприятий хлебопекарной промышленности в России с начала XX века и до настоящего времени показал, что в России складывается ситуация отличная от других стран: в начале XX века Россия – мировой экспортер зерна; к 1991 году СССР полностью обеспечивает потребности всех регионов и республик Советского Союза в хлебе, при этом помогая и другим странам как Восточной, так и Западной Европы; С 1991 по 1998 год – в России наблюдается нехватка «своего» зерна, а значит повсеместное снижение производства хлебопекарной продукции, не говоря уже об отсутствии экспорта, почти полном обеспечении предприятий некачественной импортной мукой и, как следствие, использование импортных разрыхлителей, консервантов и других добавок, которые также закупались за рубежом для компенсации недостатков некачественной муки.

*Динамика экономического состояния предприятий  
хлебопекарной промышленности*

<b>Годы</b>	<b>Объем производства продукции, млн. тонн</b>	<b>Индекс промышлен- ного производства, %</b>	<b>Индекс использования производственной мощности, %</b>
1990	18,2	100,0	67,0
1995	11,3	62,1	44,0
1996	9,9	54,4	41,0
1997	8,8	48,3	38,0
1998	8,5	46,7	35,0
1999	9,2	50,5	39,0
2000	9,1	47,1	38,2
2001	8,6	46	40
2002	8,3	45,6	38

Источник: сост. авт. по: Косован А. П. Хлебопечение России как фактор стабильности продовольственного рынка // Пищевая промышленность, 2002. – №10. – С. 55–56.

Наряду с этим, 1992 – 1998 годы – это период расцвета мини-производств (мини-пекарен), не выдерживающих технологий, как производства, так и хранения сырья и готовой продукции, практически не имеющих исследовательских лабораторий, и, в результате, производящих некачественную хлебопекарную продукцию.

Об этом свидетельствует и тот факт, что начиная с 2000 года производство хлеба сократилось, по сравнению с 1999 годом, на 1,1%, в 2001 году на 6,5%, а в 2002 году – на 9,8%. Но в то же время, в 2001 году число малых хлебопекарных предприятий возросло приблизительно до 7000, то есть по сравнению с 1990 годом увеличилось более чем в 4 раза, а удельный вес продукции, приходящейся на одно предприятие, снизился с 12330 до 1214,3 тонн, то есть примерно в 10 раз (табл. 3).

Необходимо восстановление и развитие, в первую очередь, крупных хлебопекарных предприятий, обеспечивающих потребности населения отдельных областей и регионов. Развитие крупных предприятий отрасли способствует и развитию сельского хозяйства России.

*Динамика формирования ресурсного потенциала  
малых предприятий хлебопекарной промышленности России*

Годы	Число предприятий	Объем производства, тыс. тонн	Удельный объем производства, приходящийся на одно предприятие, тонн	Динамика (1990 г. = 100%)
1990	1476	18200	12330,6	100,0
1995	4002	11300	2823,6	22,9
1996	5488	9900	1803,9	14,6
1997	5615	8800	1567,2	12,7
1998	6470	8500	1313,7	10,7
1999	6366	9200	1445,2	11,7
2000	6350	9100	1433,1	11,6
2001	7000	8500	1214,3	9,8

Источник: сост. авт. по: Щербак В. Н. Ресурсный потенциал предприятий хлебопекарной промышленности Центральной России // Хранение и переработка сельхозсырья, 2002. – №6. – С. 48.

Ситуация на рынках хлебобулочных изделий и на предприятиях хлебопекарной промышленности практически одинакова во всех регионах России. Поэтому о развитии рынка хлебобулочных изделий и предприятий хлебопекарной промышленности в регионах России можно судить, основываясь на примере Волгоградской области.

Количество предприятий хлебопекарной промышленности в городе и области увеличилось в период с 1980 по 2001 год на 120 или в 4,1 раза. При этом если в 1980 году по числу предприятий в общем количестве предприятий пищевкусовой промышленности предприятия хлебопекарной промышленности составляли 57,35%, то в 2001 году их число составило 53,7%, то есть уменьшилось на 3,65%. В 1980 году в общем объеме производства пищевкусовой промышленности хлебопекарная промышленность занимала 26,47%, а в 2001 году уже 19,82%. В период с 1980 по 1990 год прирост предприятий хлебопекарной промышленности незначителен (3 предприятия), но, начиная с 1990 года по 1999 год, наблюдался устойчивый рост числа и объемов продукции предприятий хлебопекарной промышленности. В 2000 году число предприятий снизилось, а объем производства, в стоимостном выражении, приходящийся на одно

предприятие, увеличился. Но это увеличение не значительно и уже в 2001 году ситуация обратная: число предприятий увеличилось, а объем производства, приходящийся на одно предприятие, снизился (таб. 4).

Таблица 4

*Число предприятий и объем промышленной продукции пищевой и пищевкусовой промышленности в г. Волгограде и Волгоградской области с 1980 по 2001 гг.*

Промышленность	Число предприятий, шт.						Объем продукции, млн.руб. (1995г.-млрд.руб)					
	1980	1990	1995	1999	2000	2001	1980	1990	1995	1999	2000	2001
<b>Пищевая</b>	<b>85</b>	<b>127</b>	<b>266</b>	<b>399</b>	<b>344</b>	<b>419</b>	<b>809,1</b>	<b>1123,7</b>	<b>1889,0</b>	<b>4713,2</b>	<b>6160,4</b>	<b>8322,4</b>
<b>Пищевкусовая</b>	<b>68</b>	<b>74</b>	<b>182</b>	<b>296</b>	<b>246</b>	<b>296</b>	<b>329,4</b>	<b>411,7</b>	<b>840,8</b>	<b>3258,1</b>	<b>4326,8</b>	<b>5908,6</b>
из нее:												
хлебопекарная	39	42	95	153	130	159	87,2	145,3	311,8	746,0	1058,8	1171,3
кондитерская	9	9	22	35	12	14	58,5	66,9	134,5	539,1	590,2	671,1
масло-жировая	3	3	26	51	43	51	62,0	67,6	133,0	449,6	370,9	424,5
ликеро-водочная	1	1	4	10	2	2	13,6	8,3	12,6	104,3	145,4	169,4
винодельческая	2	3	2	2	2	2	46,1	31,4	12,7	27,5	41,5	51,5
пивоваренная	6	5	6	4	3	4	16,3	28,1	118,5	820,6	990,5	996,4
производство безалкогольных напитков	2	2	13	24	34	41	6,9	13,4	30,6	173,5	318,2	513,7
плодоовощная	5	8	9	10	8	8	31,8	40,1	49,5	42,4	44,1	122,6

Источник: сост. авт. по: Основные экономические показатели промышленности // Промышленность Волгоградской области. Статистический ежегодник, 2002. – Волгоград, Комитет статистики ООП. – С. 18 – 19.

Следует учитывать, что данные приведены в стоимостном выражении и, поэтому не могут адекватно говорить об увеличении или уменьшении объемов производства в натуральном выражении.

Проблемы с финансированием науки в области хлеба и в области обеспечения предприятий новыми производственными технологиями и техникой уже привели хлебопекарное производство к существенному отставанию в этой области от развитых стран. В России нужна четкая техническая политика в области продовольственного машиностроения для хлебопекарной промышленности. В отечественном машиностроении необходимо переходить от спонтанной политики к комплексной государственной.

Проанализировав развитие хлебопекарной промышленности и рынка хлебобулочных изделий, можно сделать вывод, что на современном этапе

развития хлебопекарной промышленности в России образование и функционирование единичных предприятий экономически несостоятельно без образования совместных корпоративных структур.

В этой связи формирование финансово-промышленных групп, в частности межотраслевых внутрирегиональных (или межрегиональных) хлебопекарных холдингов с предложенной автором организационно-управленческой структурой и хозяйственным механизмом, в структуре хлебопродуктового подкомплекса, можно рассматривать с позиции повышения эффективности деятельности предприятий хлебопродуктового подкомплекса через концентрацию производства, специализацию и кооперацию в рамках более развитой и конкурентной на межотраслевом уровне структуры (рис. 6).

Формирование межотраслевых внутрирегиональных (или межрегиональных) хлебопекарных холдингов в структуре хлебопродуктового подкомплекса АПК имеет свои преимущества.

1. Снижение вероятности банкротства и повышение устойчивости предприятий к воздействиям экономического характера за счет объединения капитала.

2. Возможность создания мощной материально-финансовой и научной базы, достаточной не только для выживания предприятий, но и для дальнейшего их развития и совершенствования.

3. Расширение возможностей производства высококачественной и конкурентоспособной на продукции, ее реализации, кооперации между предприятиями внутри агропромышленного комплекса России, улучшения социальной сферы.

4. Усиление на межотраслевой основе конкурентной среды между несколькими холдингами в борьбе за рынки сбыта.

5. Реструктуризация предприятий и интеграция их в холдинги понижает социальную напряженность и структурную безработицу как в хлебопродуктовом комплексе, так и в сельском хозяйстве регионов.

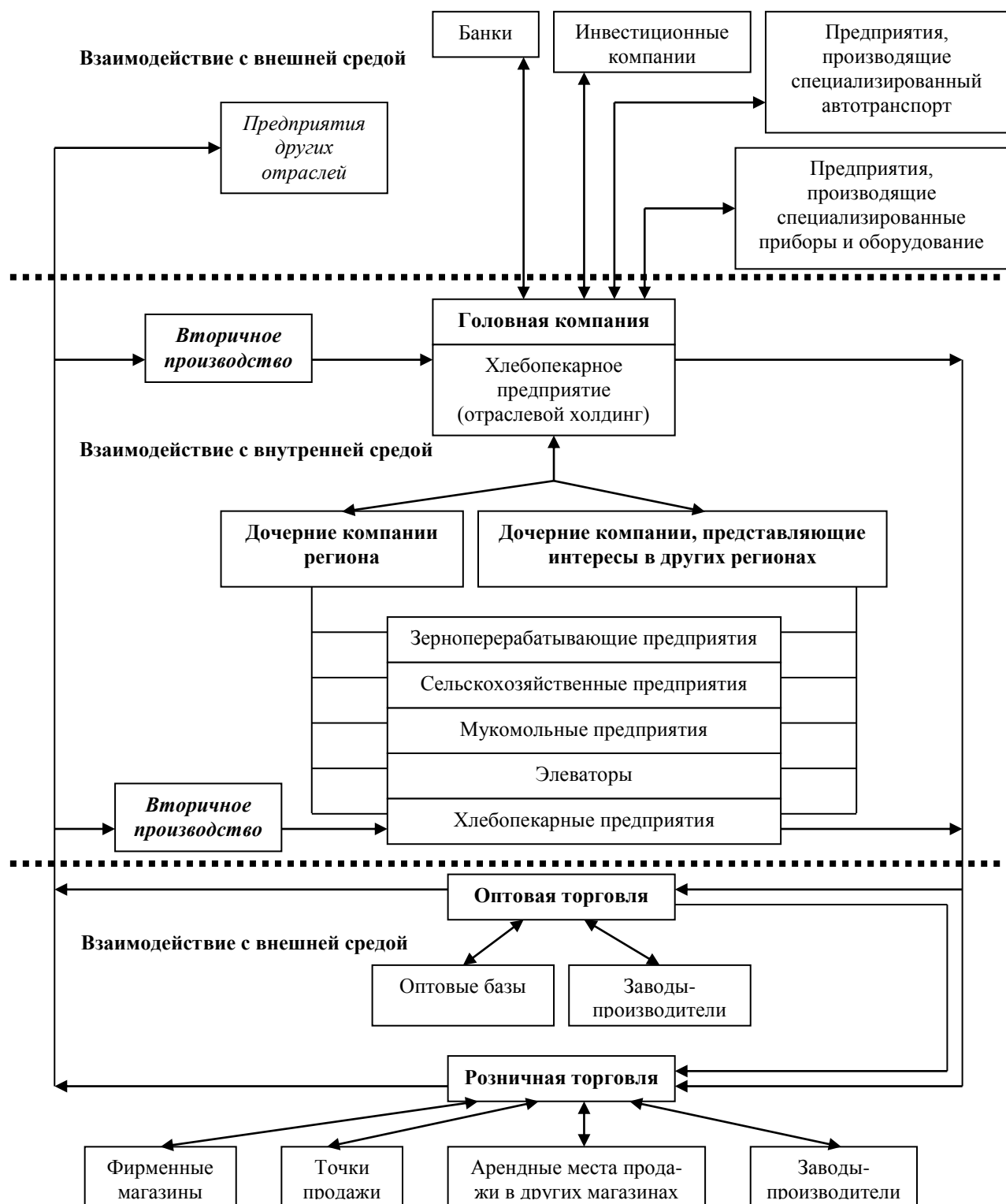


Рис.6. Взаимодействие подразделений межотраслевого межрегионального (или внутрирегионального) хлебопекарного холдинга с внешней и внутренней средой

6. Образование холдингов дает возможность существенно повысить уровень заработной платы на предприятиях холдинга и, как следствие,



материальную заинтересованность работников в результатах работы, то есть производительность.

В заключении приведены выводы, полученные в результате исследования.

**По теме диссертационного исследования опубликованы следующие работы:**

1. Голиков В. В. Пути снижения себестоимости продукции на предприятиях хлебопродуктов. / Инновационные технологии в пищевой промышленности третьего тысячелетия. Выпуск 6. – Т. II: Материалы VII международной научно-практической конференции. Москва, МГТА, 22 – 23 марта 2001. – 0,03 п. л.

2. Голиков В. В., Минаева Е. В. Основные направления снижения себестоимости на предприятиях хлебопекарной промышленности / Актуальные проблемы развития пищевой промышленности и стандартизации пищевых продуктов. – Выпуск 7 – Т. II: Материалы VIII Международной научно-практической конференции. – Москва, МГТА, 23 – 24 апреля 2002. – 0,19/0,095 п. л.

3. Голиков В. В. Необходимость подготовки экономистов международного профиля в России / Актуальные проблемы модернизации подготовки экономистов международного профиля: Материалы заседания учебно-методического совета УМО по специальности 060600 «Мировая экономика» 18 – 20 сент. 2002 г., Волгоград / Волгоград. гос. техн. ун-т. – 0,125 п. л.

4. Голиков В. В. Необходимость создания холдинговых компаний хлебопекарной промышленности в регионах России / Актуальные проблемы реформирования российской экономики (теория, практика, перспектива): Межвуз. сб. науч. тр. / ВолгГТУ. – Волгоград, 2003. – 0,25 п. л.

5. Голиков В. В. Эволюция становления хлебопекарной промышленности (сравнительный анализ мирового и российского опыта): Препринт доклада / Волгоград. гос. техн. ун-т. – Волгоград, 2003. – 2,32 п. л.

6. Голиков В. В. История развития хлебопекарной промышленности: путь от Древней Руси до СССР / Актуальные проблемы реформирования российской экономики (теория, практика, перспектива: Межвуз. сб. науч. тр. В 2 ч. Ч. 2 / ВолгГТУ. – Волгоград, 2004. – 0,19 п. л.

7. Голиков В. В., Золотарев А. В. Синтезирование единого информационного пространства на рынке на основе создания единого информационного пространства отдельных фирм / Потенциал развития России XXI века: Сборник статей Всероссийской научной конференции. – Пенза, 2004. – 0,16/0,08 п. л.